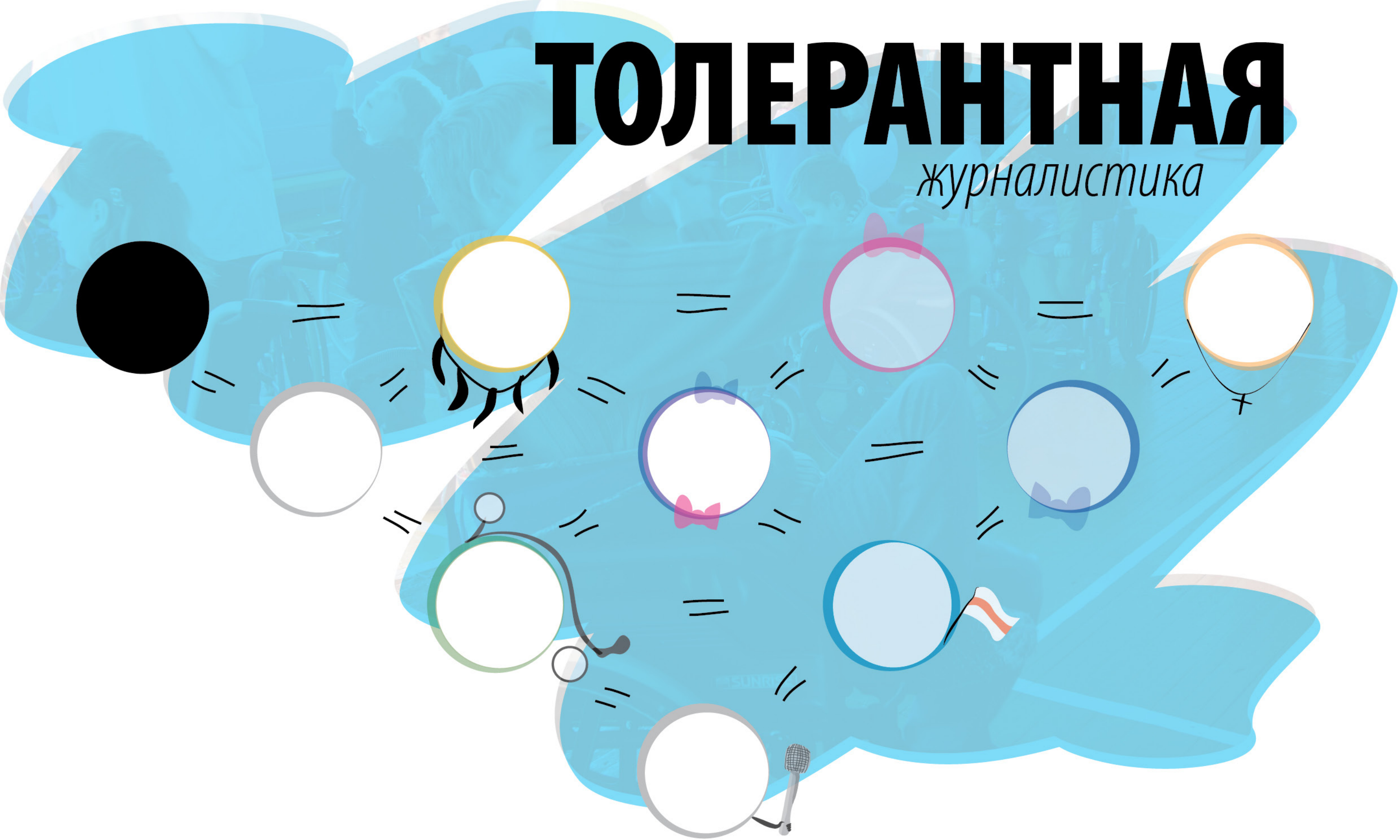
ТОЛЕРАНТНАЯ

журналистика



содержание

Предисловие.

Как возникла эта брошюра?

Восточно-Европейская Сеть общественных миротворческих организаций (ВЕСОМО) среди других задач занимается предупреждением ксенофобии в странах Западного СНГ. Одна из форм нашей работы — взаимодействие со СМИ, ведь массмедиа способны заметно влиять на уровень социальной напряженности. В зависимости от информационной политики и подготовки сотрудников, медиа могут либо обострять социальные конфликты, либо помогать в их разрешении.

В 2010 г. нами впервые был проведен Международный конкурс имени Юрия Атамана на лучшую публикацию о толерантности, интеграции, взаимоуважении и взаимопонимании. Опыт нескольких лет проведения конкурса показал, что подготовка таких материалов для журналистов — дело непростое. Даже профессионалам порой не хватает знаний о принципах создания корректных материалов. На факультетах журналистики часто ограничиваются этической максимой «не навреди». Но как именно не навредить при подготовке материала на этническую тематику, о проблемах людей с инвалидностью, по теме гомосексуальности? Все это приходится осваивать на практике. Наша брошюра нацелена на то, чтобы помочь в этом всем журналистам, которые стремятся развить свои мастерство и профессионализм.

Безусловно, мы не претендуем на то, чтобы снять все вопросы, которые могут возникнуть при подготовке материалов, касающихся различий в обществе. Скорее, это первая попытка охватить тему комплексно, говорить о принципах толерантной журналистики как таковой, не ограничиваясь каким-либо одним из аспектов

(гендер, происхождение, этничность, инвалидность и др.).

Другими словами, мы приглашаем вас подумать вместе с нами о стандартах работы журналистов при освещении различий в обществе. Надеемся, что наши предварительные размышления, оформленные в виде советов, будут полезны в вашей работе. Если вы захотите уточнить и дополнить материалы, возразить или обратить внимание, что какая-то тема раскрыта не полностью, а то и вовсе отсутствует, либо просто поделиться своим впечатлением — пишите на наш электронный адрес **tolerantjournalism@gmail.com**. Ваши отзывы будут учтены при подготовке следующего издания.

С уважением,
авторы.



Что такое толерантная журналистика?

Прежде всего это социально ответственная журналистика. «Но ведь любая журналистика должна быть социально ответственной», — скажете вы и будете правы. Однако степень социальной ответственности журналиста сильно различается в зависимости от того, как мы понимаем СМИ, а точнее — связь СМИ и внешней по отношению к ним реальности.

Британский социолог массовых коммуникаций Стюарт Холл выделил три основные модели репрезентации — ***отражательную, интенциональную и конструктивистскую.***

В ***отражательной*** модели СМИ представляют собой зеркало объективной реальности. Событие происходит в реальном мире, СМИ о нем рассказывают. И социальная ответственность отдельного журналиста и средства массовой информации в целом состоит в том, чтобы не исказить факты, не стать кривым зеркалом. При таком представлении о СМИ огромную роль играют принципы нейтральности и объективности, они становятся базовыми этическими стандартами.

Но уже в следующей модели возможность абсолютных нейтральности и объективности ставится под сомнение. ***Интенциональная*** модель обращает внимание на автора и на те неизбежные искажения, которые он привносит в свою работу. Чтобы создать материал для СМИ, журналист должен разобраться в ситуации или проблеме. И итоговый материал сообщает аудитории

не столько, «как оно было на само деле», сколько то, как ситуацию увидел, понял и интерпретировал журналист. Возможно, вы замечали: когда два журналиста делают репортаж с одного и того же мероприятия, результаты могут заметно отличаться. Хотя то, что происходило «на самом деле», было одинаковым. При этом оба журналиста могут быть объективны одновременно, просто каждый из них увидел ситуацию своими глазами и соответственно расставил акценты.

Интенциональность проявляется не только в работе отдельного журналиста, но и в информационной политике конкретного средства массовой информации. Некоторые темы, подход к их освещению, стиль подачи материала становятся «неформатом» для определенных СМИ. Так, экономическое издание будет видеть мир через призму экономики, понимать и интерпретировать политические события через их влияние на экономические процессы, а отдельные социальные и культурные темы могут остаться вовсе без внимания даже при наличии поводов для их освещения. От христианской газеты нельзя ожидать абсолютно нейтрального подхода к проблеме абортов. А от желтой прессы — серьезного освещения результатов научного исследования.

Кроме того, СМИ зависимы от взглядов тех, кто их финансирует. Если это коммерческий проект — от своей аудитории, которой нужно непременно понравиться, а значит, делать упор на одни темы и умалчивать о других, подавать описания событий так, чтобы аудитории было комфортно. Если же у СМИ есть спонсор, «музыка», которую оно играет, не должна уж слишком отличаться от «заказанной» спонсором.

Что же в этих условиях происходит с социальной ответственностью? Она резко возрастает. СМИ уже не могут спрятаться за щит нейтральности: «Мы просто рассказали, что и как было на самом деле». Нет больше «на самом деле», нейтральность и объективность остаются как что-то, к чему можно стремиться, но что никогда не будет достигнуто полностью. К любому материалу можно задать вопрос: «Чьими глазами автор смотрит на ситуацию?»

В этом случае честным по отношению к аудитории будет явное обозначение той позиции, исходя из которой говорит СМИ. «Мы государственный канал и поддерживаем политику правительства»; «мы — развлекательная радиостанция и не будем освещать проблемы больных детей, чтобы не испортить настроение слушателям»; «мы — газета, финансируемая крупным частным бизнесом, поэтому не ждите от нас поддержки профсоюзов» и т.д. А уже читатель, слушатель или зритель сам найдет оппозиционное

СМИ или СМИ, освещающее серьезные социальные проблемы, или учрежденное профсоюзами, и соберет (сам, не рассчитывая при этом на журналистов) объективную картину, если в ней нуждается.

Но отдельный журналист не всегда может прямо обозначить свою позицию в собственном материале. В некоторых жанрах, например, авторской колонке, есть место для личной позиции автора. А в новостной заметке — нет. При этом она все равно там присутствует. В момент подготовки материала журналист всегда не только журналист. Материал о мигрантах автор может написать, сознательно или невольно разделяя мнение той части общества, которая выражает недовольство количеством приезжих. И тогда в его материале значительное место будет занимать описание негативных последствий неучтенной миграции. Но возможна ситуация, когда журналист сам является мигрантом. Тогда в его материале с большей вероятностью будут затронуты причины миграции и трудности адаптации приезжих. Даже если этим двум авторам дать одну тему — «причины миграции» — в силу неодинакового личного опыта они по-разному расставят акценты. И воздействие этих материалов на аудиторию будет различно. Но вопрос воздействия СМИ на аудиторию стоит в основании следующей модели репрезентации.

Конструктивистская модель делает еще один шаг в сторону от понимания СМИ как зеркала. Согласно ей, массмедиа не отражают объективную реальность, а создают свою собственную, параллельную. В этой параллельной вселенной есть новости. В объективной реальности есть только события, а какое из них станет новостью, зависит от того, что сочтут достойным внимания журналисты. В реальности СМИ есть звезды, в жизни — люди, выполняющие свою публичную работу. В реальности СМИ есть шаблоны и стереотипы, например, романтический образ Парижа, в жизни — будни рабочих и клерков, для которых «Тюильри» — всего лишь одна из остановок по дороге в офис.

Современный человек живет в смешанной реальности. Искусственная информационная вселенная хорошо нам знакома. Бывали ли вы в Лондоне, или нет, вы имеете представление, как выглядит Биг Бен. Живете ли вы в Америке или в бывшей советской республике, вам проще узнать в лицо президента США, чем человека, живущего в квартале от вас.

Две реальности, реальность нашей жизни и реальность СМИ, влияют друг на друга. Из первой СМИ берут материал для строительства своего мира. Но этот созданный медийный мир в свою очередь влияет на нашу жизнь. С одной

стороны, есть фанаты, подражающие кумирам. С другой — появление аниме породило новые молодежные субкультуры. Но есть и более тонкое влияние. То, о чем мы часто читаем, слышим и видим в массмедиа, становится для нас привычным, естественным, перестает удивлять. Поэтому чем больше постсоветские чиновники призывают остановить пропаганду гомосексуальности, тем больше информационных поводов они дают СМИ, тем чаще массмедиа будут говорить о гомосексуалах, и тем меньше вы удивитесь, узнав, что ваш(а) коллега — гей или лесбиянка. Ведь теперь в нашем мире, наполовину состоящем из медийной реальности, гомосексуальность — открытая, обсуждаемая тема. Вряд ли сами гомосексуалы могут этому радоваться. О них говорят много, но почти всегда с негативной оценкой. Такая подача может предопределить ваше отношение сначала к гомосексуальности, а затем — к коллеге.

При этом есть категории граждан, о которых говорят без агрессии, но крайне редко. Например, люди с инвалидностью, живущие полноценной жизнью. Так что встретив на улице незрячего, спрашивающего дорогу в кинотеатр, можно и растеряться.

Как конструктивистская модель влияет на социальную ответственность журналиста? Повышает еще больше. Получается, что журналист творит мир, в котором мы живем. И в этом мире могут существовать «межэтнические конфликты», а может быть место только братской «дружбе народов». В этом мире инвалиды-колясочники могут ходить на выставки современного искусства, а могут быть лишь достойными жалости объектами опеки социальных служб. В этом мире мусульмане могут упоминаться только как террористы или же лечить раненых после теракта в качестве волонтеров Красного Креста и Красного Полумесяца.

В конструктивисткой модели важно не только то, что сказано, написано, показано, но и то, о чем СМИ умолчали. Кого СМИ делают видимым, а кого нет? Какие проблемы освещаются, а значит, имеют шанс быть решенными, а какие замалчиваются, и как следствие — консервируются? Один их важнейших вопросов этой модели — зачем? Зачем освещать события именно так? Ради какого ожидаемого воздействия на аудиторию? Ради построения какого общего будущего?

Возвращаясь к первому вопросу — что такое толерантная журналистика? — теперь мы можем сказать: это такая журналистика, которая осознает свою роль и ответственность в построении нашего общего будущего. Но и это определение нуждается в расшифровке.

Во-первых, толерантная журналистика заботится о том, чтобы будущее могло быть в прин-

ципе. Это значит, она стремится не обострять противоречия, не разжигать конфликты, не провоцировать агрессию, а строить такую картину мира, в которой приемлемы эффективные, мирные, ненасильственные способы решения проблем и разрешения конфликтов.

Во-вторых, толерантная журналистика стремится к тому, чтобы будущее действительно было общим. А значит, медийное сообщение при любом уровне противостояния и остроты противоречий стремится удержать все стороны в диалоге, настраивает их и аудиторию на продолжение поисков общего решения спорного вопроса. Таким образом журналистика вносит свой вклад в то, чтобы носители разных ценностей, исходящие из разных позиций, имели шанс быть услышанными, услышать и понять мотивы и аргументы друг друга.

В-третьих, толерантная журналистика признает и поддерживает важность ценности разнообразия, различий в опыте, во мнениях и позициях. Она не стремится «развенчать» или «уничтожить» одну из сторон, выводя ее из зоны внимания аудитории, замалчивая ее аргументы, маркируя ее как «неправильную». Она несет ответственность не только за то, о чем говорит, но и за то, о чем умалчивает. И стремится отражать разные мнения, возможности, причины, вызовы и варианты развития событий.

В-четвертых, толерантная журналистика стремится выступить союзником в решении проблем, а не в их замалчивании и консервации. А значит, она не старается утаить конфликт, нивелировать его, помня, что разрешение конфликтов является важнейшим фактором развития общества. Уделяя внимание противоречиям и разногласиям, она строит такую картину мира, где учитывается множество факторов, влияющих на ситуацию. Стремится видеть проблемы и конфликты более широко, чем видят стороны конфликта, и тем самым способствует выходу обсуждения на более высокий уровень, что увеличивает шансы на появление решения, устраивающего стороны.

В-пятых, в момент, когда журналистика перестает быть толерантной и принимает одну из сторон, она прямо об этом заявляет.

Общие рекомендации

Сложно рассказать, как создавать корректные материалы, не учитывая вид СМИ, жанр и тему материала. Здесь мы приводим самые общие рекомендации, а в дальнейшем остановимся подробнее на разных тематиках.

Если вы воинственно настроены — не стоит делать материал

При этом у вас может получиться настоящий шедевр, который войдет как образец в учебники журналистики. Но шансов на то, что результат будет корректным, мало. Создание корректных материалов требует иного настроения: вдумчивого, спокойного, несколько отстраненного, полного сомнений и осторожного исследования вопроса.

«Нет» делению на «правых» и «виноватых»

«Хорошие полицейские» и «плохие преступники», «защитники отечества» и «оккупанты» — такой прием описания мира, с разделением на «хороших» и «плохих», «правых» и «виноватых», пожалуй, старше, чем изобретение письменности. Он по-прежнему уместен, но может сослужить плохую службу, если пользоваться им постоянно. Для описания большинства ситуаций социальных конфликтов лучше к нему не прибегать.

Деление на «молодцов» и тех, кто «слегка заблуждается» — это мягкая вариация на ту же тему. Даже если одна из описываемых вами сторон — «фашисты», и вы искренне клеймите их позором, стоит подумать, все ли здесь так однозначно? Что же делать? Разобраться в причинах, которые при-

водят к формированию другой позиции, однозначно «неправильной» на первый взгляд. Что побуждает ваших сограждан склоняться к фашистским взглядам? Какие нерешенные социальные проблемы? На какие вопросы предлагает свои «простые» ответы фашизм? Если вы восстановите и доступно опишите те причины, которые приводят к распространению фашистских взглядов, проблема будет выглядеть по-иному.

«Нет» простым объяснениям

«Цыгане воруют, потому что они цыгане», «женщины не идут на руководящие посты, потому что они от природы не склонны к лидерству», «мусульмане одевают пояса шахида, потому что Коран предписывает войну против неверных» — если вы хотите создать профессиональный и толерантный материал, такие поверхностные объяснения для него неприемлемы. «Они ведут себя так, потому что они — это они», — такова общая формула простых объяснений. Она тавтологична, она создает лишь иллюзию объяснения. Для создания корректных материалов такие рамки слишком узки. Что вынуждает людей, в том числе из народа рома, красть? Могут ли они найти обычную работу? Насколько охотно их берут работодатели? Есть ли у них возможность получить образование, достаточное для того, чтобы иметь хорошо оплачиваемую должность? Как к ним относятся в рабочем коллективе? Как относятся их близкие к тому, что они стали работать? Объяснение «они просто не хотят» — еще один простой ответ, иллюзия объяснения, предполагающего, что проблема находится исключительно в самих этих людях. А здесь есть над чем задуматься. Какой опыт, какие обстоятельства и какие препятствия определяют их поведение? Есть и другие важные вопросы. Но если вы зададите и ответите хотя бы на эти, вы сможете увидеть иной, более сложный и более реальный мир. И рассказать о нем вашей аудитории.

«Нет» стереотипам

Стоит оговориться, что избежать стереотипов полностью невозможно. Стереотипы были, есть и будут, так как они выполняют полезную функцию — упрощают нашу ориентацию в мире. Стереотипы становятся проблемой, когда используются как обоснование для простых объяснений, о которых шла речь выше. Корректный материал не должен формировать и подкреплять стереотипы, которые позже могут быть использованы другими для очередных простых объяснений. Пример: заголовок «Блондинка на красном пежо врезалась

в стену отделения милиции». Блондинка — стереотипный образ глупой красотки, к которому подключается еще и стереотип «женщины плохо водят машину». И вот уже один заголовок сформировал стереотипное представление об участнице ДТП как одной из множества «женщин за рулем». Хотя, возможно, в реальной жизни она имеет 30-летний стаж вождения без аварий. Возможно, причина инцидента — поломка автомобиля, которая по счастливой случайности произошла возле отделения милиции, а не возле детского сада. Возможно, вы даже расскажете обо всем этом в самом материале. Но некорректный заголовок уже закрепил с сознании читателя два стереотипа. Что делать? Разрушайте стереотипы — это сделает материал ярче. Пример: «Геи пройдут маршем в поддержку христианских ценностей» — активисты ЛГБТ-сообщества действительно выходили на митинг за право создавать семью и подчеркивали ценность семьи для каждого человека.

«Нет» языку вражды

В приложении вы также сможете ознакомиться с тем, что представляет собой «язык вражды». При подготовке ваших материалов пройдитесь, пожалуйста, по указанным там пунктам, и задайтесь вопросом «нет ли этого в моем материале?» Вряд ли вам придется делать это постоянно. После нескольких повторений вы будете без сверки со списком понимать, где в вашем материале подобные нарушения. Соблюдение этих стандартов обезопасит вас от возможных обвинений в «разжигании ненависти» и дискриминации, от возможных судебных исков и разбирательств.

«Да» политкорректности

К сожалению, у политкорректности неважная репутация на постсоветском пространстве. Одно из ернических определений, приписываемых термину, гласит: «Политкорректность — официальное признание и подтверждение государством существования комплекса неполноценности у отдельных групп населения». Если вы пишете грамотный материал о самолетах, вы будете использовать некоторые принятые в авиации термины. И не станете называть «фюзеляж» «кузовом». Точно так же при написании материала о различных сообществах выясните, как корректно назвать то или иное множество людей, объединенных общим признаком (цветом кожи, происхождением, этничностью или религиозными представлениями). При этом, сами герои материала могут этой нормы не придерживаться. Однако то, что позволено им, — непростительно вам. Если вам кажется, что

корректная форма будет непонятна вашей аудитории — приведите ее расшифровку (тоже корректную). Для этого вы можете воспользоваться «Списками корректной и некорректной лексики» в конце каждого тематического раздела этой брошюры. Но следует помнить, что подобные нормы могут отличаться в различных регионах и государствах, а также склонны быстро меняться.

«Да» корректному цитированию

Каждый, кто работает в журналистике, знает, что выразить свое мнение и дать собственную оценку можно и чужими словами. Можно процитировать только те слова героя материала, в которых он негативно высказывается о каком-либо сообществе, и опустить ту часть интервью, где высказывается позитивно. Можно дать слово эксперту, взяв из его речи цитату с мыслью, которую вы хотите донести. Все это приемы, из которых состоит журналистская работа. Однако они не освобождают вас от ответственности за возможные социальные последствия вашего материала. Даже если в вашем материале представитель ромской общины заявил, что «все цыгане — воры», а «эксперт» это подтвердил, это не снимает с вас ответственности за некритичное цитирование обывательских объяснений, за тиражирование стереотипов. Это значит, что вы не пошли дальше: не задались вопросом о реальных причинах проблемы и не обратились к эксперту, который помог бы в них разобраться.

«Да» вдумчивому отбору экспертов

Каждый, кто работает в журналистике, знает, что найти подходящего эксперта в какой-либо узкой теме непросто. Но это не значит, что комментарии по поводу ситуации, к примеру, с мигрантами вам может дать любой социолог. «Любой социолог» может быть грамотным специалистом, может быть на связи в удобное для вас время, может быть чертовски телегеничным и сыпать афоризмами, но при этом проявлять ксенофобию (все мы в той или иной степени ксенофобы, но нормы социального общежития требуют, чтобы наши эмоции не определяли наши поступки) и комментировать ситуацию соответственно. На наш взгляд, профессиональнее будет обратиться за комментариями к специалисту по миграции. Его мнение о причинах проблем будет куда более полным. Точно так же, если вы готовите материал о женщинах в политике, вам будет не достаточно просто пригласить женщину-политика в качестве экс-



перта. Вам понадобится еще и гендерный исследователь (-ница). И, возможно, вы удивитесь, насколько иначе он осветит вам ситуацию. Обращайтесь к тем, кто максимально разбирается в теме — тогда ваш материал приобретет глубину и обогатится неожиданными ракурсами.

«Да» внимательному оформлению

Фон, иллюстрации — все это может сработать как «за», так и «против» одной из сторон конфликта, о котором вы рассказываете. Если вы берете интервью у представителя одной стороны в тихом кабинете, его голос будет ровным, тон спокойным, он будет выглядеть уверенно. При этом его противник, которого вы записали на митинге, в шумной толпе, будет говорить громче, напористей и, соответственно, выглядеть агрессивнее. Если вы пишете текст, то эта же разница может отразиться в фотографиях. Такое различие в подаче, проявляющееся в оформлении высказываний разных участников, приводит к асимметричности позиций, вызывая больше доверия и симпатии к одной из сторон. При подготовке корректного материала обязанностью журналиста будет позаботиться о максимально симметричной подаче, что требует внимания к деталям оформления.

«Да» осознанному молчанию

После того как вы составили план будущего материала, попробуйте ответить себе на вопрос, о чем или о ком вы собираетесь промолчать. Чьи еще интересы затрагивает рассматриваемая вами проблема? Почему вы не считаете эту позицию достойной упоминания? К примеру, если в парке планируют установить новые скамейки — смогут ли на них по-прежнему спать бездомные? И куда эти бездомные пойдут ночевать? Есть ли им, куда пойти? Совершенно не обязательно, чтобы найденные вами новые ракурсы вошли в тот материал, над которым вы работаете. Но, задавая себе подобные вопросы, вы можете выйти на новые, нетривиальные развороты темы.

Юмор: и «да», и «нет»

Вряд ли нужно объяснять, что юмор юмору рознь. Он может быть откровенно оскорбительным и грубым. Но случается, что реакция на казалось бы «безобидную шутку» оказывается непредсказуемой. Чтобы все-таки предсказать возможную реакцию, попробуйте подставить себя на место всех героев шутки, а свое имя — на место каждого существительного, обозначающего людей. Так в анекдоте:

– Папа, ну почему вы с мамой не купите мне собаку?
– Сынок, зато мы родили тебя не хачом.

вам нужно подставить свое имя сначала на место слова, «папа», потом «мама», потом «сынок» и, наконец, «хач». Впрочем, заранее понятно, какая подстановка вызовет у вас дискомфорт.

А вот пример не такой очевидный:

– Доктор, меня муж бьет. Что делать?
– Полощите рот ромашкой.
– Помогает?
– Да, помогает держать рот закрытым.

Тут подстановки имени, скорее всего, будет недостаточно. Вам предстоит вжиться в образ героини. Задайтесь вопросом, выражаете ли вы недовольство без повода? Приемлемо ли для вас, чтобы вас били только из-за того, что вы выражаете свое недовольство? Приемлем ли для вас совет не выражать недовольство под страхом побоев? Как вы думаете, вызывает ли улыбку эта шутка у реальных жертв домашнего насилия? Перечитайте ее еще раз. Рассмейтесь. Не исчезло ли ощущение прежней непосредственности? Пользуйтесь юмором аккуратно.

Корректность в освещении этнической тематики

Освещение этнической тематики в СМИ зависит от того, как именно этнос и этничность понимает автор материала. Между тем, у ученых этнологов нет единого ответа на вопрос, что такое этнос. Существует два основных подхода: примордиализм и конструктивизм. Первый полагает, что у этноса существуют объективные характеристики, такие как язык, историческая память, традиции и обычаи, менталитет. Конструктивистский подход полагает, что этнос создается самими людьми через унификацию языковых стандартов в системе образования, трансляцию обычаев и традиций, конструирование исторической памяти и т.д. Авторы брошюры разделяют последний подход.

Что касается практических рекомендаций, пособий, которые помогают журналистам создавать корректные материалы на этнические темы, пожалуй, больше, чем любых других. Некоторые из них приведены в списке дополнительных материалов в конце брошюры. Поэтому мы предлагаем не ориентироваться только на

наши советы, а обратиться и к другим источникам. Здесь мы постарались собрать самые общие рекомендации:

1. Для упоминания этничности нужны причины.

Не упоминайте этническую принадлежность без необходимости. Одно дело, когда вы готовите репортаж с фестиваля национальных культур и рассказываете, как кто-то угощал посетителей блюдами своей национальной кухни. Здесь упоминание этноса оправдано. Но если вы пишете заметку в криминальную хронику, указание на этничность подозреваемого мало проясняет картину произошедшего, зато помогает созданию негативных этнических стереотипов. Поэтому прежде чем упоминать этничность в материале, взвесьте, насколько оно оправдано и «на кого работает» это упоминание, какой образ упоминаемому этносу вы создаете и зачем вы это делаете. Самым верным ходом будет отказаться от упоминания этничности во всех случаях, когда для этого нет острой необходимости.

2. У преступника нет национальности.

Это частный случай предыдущего пункта, но мы хотели бы остановиться на нем особо. Тревогу вызывает то, что в СМИ заметен перекос при указании этничности. Журналисты часто подчеркивают этничность в негативном контексте и не упоминают ее в контексте позитивном. Этничность титульной нации, как правило, не упоминается вовсе. В итоге, например, российские СМИ пестрят заголовками вроде «Водителя маршрутки ограбили таджики». В случаях, когда таджики помогли ограбленному водителю маршрутки, их национальность не считают достойной упоминания. Если водителя маршрутки ограбил этнический русский, его национальность тоже не упоминается. Значит ли это, что этнические русские совершают меньше ограблений? Если ориентироваться по упоминаниям этничности в СМИ — да, если ориентироваться по статистике правонарушений — нет.

Такая же искаженная картина типична для беларусских и украинских СМИ. В итоге медиа создают образ потенциально опасных этнически других. Чтобы переломить эту тенденцию и не дезинформировать вашу аудиторию относительно распространения преступности среди разных этнических общностей — не упоминайте этничность при описании негативных социальных явлений (преступности, наркомании, проституции и т.д.). У преступника нет национальности. Убивают убийцы, крадут воры, выкуп требуют вымогатели, а витрины бьют хулиганы.

Но возникает вопрос, что если в вашем регионе статистика как раз показывает: среди одной этнической общности преступность (наркомания или что-либо еще) во много раз выше, чем среди других категорий граждан? Если это не искаженная картина, а самая что ни на есть действительность? Тогда запрет на упоминание этноса лишает вас возможности правдиво осветить ситуацию. Мы полагаем, что в случае, если это подтверждается фактами, а не только впечатлением журналиста, упоминание этничности необходимо. Но работа над таким материалом возлагает на вас дополнительную ответственность: выяснить, какие социальные, политические, экономические причины приводят к этому эффекту. Что является настоящей причиной такого положения дел? Поскольку этничность, как следует из следующего пункта, ничего не объясняет.

3. Этничность — не объяснение.

Пожалуйста, не попадайте в ловушку простых объяснений, о которой мы писали в первом разделе. Этничность заставляет предположить, что человек знаком с блюдами некоторой традиционной кухни, танцами, возможно, говорит на определенном языке. Но даже в этом нельзя быть уверенным наверняка.

А вот в чем можно быть уверенным — этничность ничего не говорит нам об убеждениях и ценностях, о привычках и поведении, об образе жизни и характере конкретного человека. Поэтому фразы наподобие: «молодому человеку сделали замечание, в ответ джигит схватил нож», без объяснения причин бурной реакции молодого человека, будут некорректными. Причем сразу по нескольким причинам. Во-первых, это неявное упоминание этничности в негативном контексте. Во-вторых, если реакция молодого человека никак не обоснована, складывается впечатление, что он схватился за нож, потому что он «джигит». В-третьих, в силу размытого указания на этничность формируется стереотип, который охватывает одновременно целый ряд этносов: «все, кого можно назвать джигитами, неадекватно реагируют на замечания и потенциально опасны». Обобщение неоправданно, однако, оно формирует общественное мнение и способствует росту напряженности. Хотим ли мы этого?

4. Отрицание гражданства.

Среди видов языка вражды выделяется особая его форма — отрицание гражданства. Авторы книги «Прикладная конфликтология» расшифровывают термин так: упоминание граждан страны

как иностранцев в зависимости от их этнической идентификации. Они же приводят яркий пример: журналист спрашивает чеченца, давно ли тот приехал в Россию. И дело даже не в том, что Чечня входит в состав Российской Федерации. А в том, что если вы беседуете с представителем не титульной для вашей страны нации, это не значит, что он приезжий. Он может быть не только гражданином той же страны, что и вы, но и родиться в ней, и с полным правом считать ее своей. Мы призываем вас использовать термин «мигрант» в его собственном смысле.

5. Связка «этничность — вероисповедание».

Жить в простом и понятном мире — естественная человеческая потребность. Но она порой провоцирует нас на неоправданные упрощения. Так возникают ассоциативные связки, в которых русский автоматически означает православный, казах — мусульманин и так далее. Не свободны от этих шаблонов мышления и журналисты.

При этом социологи отмечают: если человек указывает в анкете ислам как свою веру, это не значит, что он ходит в мечеть, что нормы ислама определяют его поведение. Это правило работает для всех крупных конфессий. Даже если вы не используете этничность в качестве простого объ-



яснения мотивов и причин поступков, отсылка к вероисповеданию тоже не может быть таким объяснением. Кроме того, связывая этничность и религиозные убеждения, вы оставляете без внимания (а значит, делаете несуществующими в реальности массмедиа) всех тех, кто не подпадает под шаблон: русских мусульман, казахов-атеистов и так далее. Думать о них как об «исключениях» и исключать из упоминания — значит делать мир менее разнообразным, чем он есть.

6. «Мы» и «они».

К описанию ситуации взаимоотношений этносов через разделение на «мы» и «они» подталкивает нас сам язык. Но первое, о чем нельзя забывать: любое разделение на «мы» и «они» — это абстракция, обобщение, попытка объединить то, что не является единым вне языка. Любые «мы» на деле оказывается набором людей с самыми разными взглядами и интересами. Так утверждение «коренные жители против наплыва мигрантов» мягко говоря, не точно. Если труд мигрантов дешевле, бизнес будет заинтересован в их притоке. И даже бизнесмены — коренные жители не преминут воспользоваться открывшимися возможностями для увеличения прибыли. Равным образом и «их» нельзя описывать как единую сплоченную организованную группу, объединенную общими интересами. Поэтому приписывание «им» скопом каких-то намерений, планов и целей будет не только некорректным, но и просто логической ошибкой. Ошибкой будет и приписывание «им» каких-либо чувств и оценок, особенно в отношении «нас» («нас не уважают другие народы»). Однако таких упрощений и обобщений невозможно избежать полностью. Но можно проследить, чтобы они были оправданы. «Трудовые мигранты приезжают, чтобы найти работу» — пример корректного обобщения.

7. Образ врага и образ друга.

Пусть разделения на «них» и «нас» нельзя избежать. Но от того как вы опишете «нас» и «их» зависит, какие отношения сложатся между двумя группами. «Их» можно описать как враждебных оккупантов, как претендующих на «наши» ресурсы конкурентов. «Их» же можно описать как доброжелательных соседей и как полезных «нам» партнеров.

Информационная политика СМИ тоже может строиться двояко: 1) уделять внимание каждому случаю конфликта между «нами» и «ними», а при анализе причин конфликта ограничиваться отсылками к этничности. При этом случаи со-

трудничества между «нами» и «ними» считать скучными и не заслуживающими освещения; 2) освещать разные формы взаимодействия между обеими сторонами, при этом в случае конфликта анализировать его социальные, экономические, политические причины. Возможно, вовсе не описывать конфликт как национальный, если этническая подоплека не прослеживается ни в чем, кроме разницы в этносах двух повздоривших людей.

Понятно, что разные подходы к освещению и разные информационные политики будут иметь разный эффект на общественное мнение. Общественное мнение, в свою очередь, оказывает влияние на решения, принимаемые чиновниками. Их решения, в свою очередь, определяют, в какой стране мы будем жить. Журналист в этом отношении — гражданин привилегированный. На выборах он голосует так же часто, как остальные граждане. Но своим пером он голосует каждый день.

8. Сравнения.

Некорректно сравнивать два народа по каким-то «объективным» показателям (через подсчет нобелевских лауреатов, героев Советского Союза и т.д.) и делать выводы относительно качеств этих народов (более или менее умные, храбрые, трусливые). Такие показатели слишком зависят от численности народа (больше людей — больше шансов на отличие), от традиций (кого-то в шесть лет учат стрелять, кого-то — читать), от социально-политических условий (в СССР дети представителей ряда этнических общностей получали образование на неродном языке). Поэтому мы снова напоминаем о необходимости анализировать широкий контекст.

9. Сбалансированное освещение.

При описании этнического конфликта помните, что кроме стандартного правила давать слово обеим сторонам, вам нужно позаботиться еще и о том, чтобы обе стороны были представлены в равных долях. Обращайте внимание и на то, чтобы за одной из сторон не оставалось последнее слово (финальная цитата без комментария, утверждающая позицию одной стороны). Важны и другие детали подачи: фото с места событий, иллюстрирующее материал, может подталкивать к оценке ситуации в пользу одной из сторон, независимо от содержания текста. Учесть все аспекты не просто, тем более, когда нужно срочно сдавать материал. Но подготовка толерантных материалов — навык тренируемый.

10. Цитирование.

Нельзя допускать в ваши материалы расистские, антисемитские, ксенофобные высказывания без комментария к ним. Тем более нельзя выносить их в заголовок. Да, это повышает рейтинг. Но это же повышает уровень нетерпимости в обществе, в котором вы живете.

Корректная и некорректная лексика

Основные проблемы материалов, посвященных этническим темам, не связаны с употреблением лексики. Чаще приходится сталкиваться с негативными образами, которые создаются с помощью лексики общеупотребительной. Но некоторые моменты мы решили все же зафиксировать.

Да	Нет
Самоназвания.	Все оскорбления и уничижительные этнические прозвища (хохол, бульбаш, в русском языке — жид).
Идиомы и поговорки без негативных упоминаний этничности, аналоги без упоминаний этничности.	Негативное упоминание этничности в поговорках, например «хуже татарина».
Конкретная национальность, если есть необходимость ее указывать.	Лицо кавказской национальности, выходцы с Кавказа.
«Мигрант» применительно к человеку, сменившему место жительства.	«Мигрант» применительно к отдельным этническим группам, не относящимся к титульной нации, когда речь идет о переселении внутри страны.

Корректность в освещении религиозной тематики

Почти все пункты, которые упомянуты в разделе, посвященном этничности, могут быть перенесены на вопросы религии. Мы просим вас обратиться к предыдущему разделу, если вы еще с ним не знакомились, и использовать приведенные там советы для работы над материалами. Кратко перечислим здесь ***основные пункты,*** обоснования которых приведены выше:

a) Не упоминайте религиозную принадлежность без необходимости.

b) У преступника нет вероисповедания.

c) Принадлежность к религиозной группе не может служить достаточным объяснением поведения.

d) Вероисповедание далеко не всегда означает соответствующие религиозные практики: можно считать себя православным, но заглядывать в храм раз в несколько лет.

e) Не связывайте вероисповедание с этничностью и гражданством по умолчанию. Такая упрощенная картина мира устаревает на наших глазах.

f) Будьте скептичны к стереотипам.

g) Не сравнивайте две религиозные группы по «объективным» критериям.

h) Давайте слово всем сторонам конфликта и по возможности представьте их симметрично.

i) Не допускайте оскорбительных, дискриминирующих высказываний без комментариев к ним.

1. Осторожно: секты

Нет, мы не о том, что журналист должен опасаться разного рода «деструктивных культов» и их «адептов». Мы хотим обратить ваше внимание на словоупотребление. «Секта» — слово, которое активно используется, но при этом не является научным термином только в определенных рамках. Если понимать секту как религиозную группу, чьи практика и учения расходятся с господствующей церковью и/или идеологией, тогда в светском государстве, признающем свободу вероисповедания, свободу совести, сект не может быть в принципе, поскольку нет господствующей церкви и идеологии. Термин может использоваться для описания ситуации в странах, где господствующая церковь есть, либо для описания времен, когда такая церковь была. Соответственно, как только сегодня в словаре журналиста появляется слово «секта», его материал начинает конструировать реальность, где есть «правильные» и «неправильные» религиозные убеждения. То есть такой материал отрицает свободу вероисповедания. В мире, где право на свободу вероисповедания признается, корректно говорить о религиозных объединениях, религиозных организациях, культах. Звучит менее броско, но современное общество и отношения в нем описывает точнее.

При этом, если какое-то религиозное объединение оказалось причастно к нарушению закона — журналист не только может, но и должен информировать об этом свою аудиторию. Но причиной нарушения закона нельзя считать сами религиозные убеждения.

2. Оккультные убийства и другие страсти

Нет такого СМИ, которое не любило бы сенсации. Поэтому слух, даже не подтвержденный, о том, что в округе совершено оккультное убийство, скорее всего, найдет отражение в прессе. А вот опровержения таких слухов публикуются реже, поскольку они не содержат элементов сенсации и привлекают меньше внимания. Сравните: «Подростка убили сектанты» и «Подросток утонул в пруду». В итоге в медиа наблюдается тенденция: появляются материалы, в которых религиозные группы упоминаются в негативном

контексте, как вероятные виновники некоторого происшествия. Затем о происшествии либо вовсе забывают, либо продолжают писать, уже сменив ракурс рассмотрения, и забыв о религиозной группе, с которой поначалу его связывали.

Но что при этом происходит с имиджем самой религиозной группы? Если она в принципе редко упоминается в СМИ, что часто бывает с небольшими общинами, то может случиться, что все публичные упоминания о ней будут носить негативный характер. То есть массовая аудитория узнает только то, что это «потенциально опасная группа», встречает упоминание исключительно в связи с рассказами о трагических случаях. Тем самым журналисты формируют отношение, которое влияет на поведение людей, встретившихся с представителями религиозной группы уже не на страницах газет, а в реальной жизни.

Чтобы преодолеть эту тенденцию, журналисту стоит:

1. очень ответственно относиться к обвинениям, не допуская голословных. Помнить, что за такие обвинения можно получить повестку в суд;
2. обязательно сообщать о случаях несправедливых и не подтвердившихся обвинений;



3. информировать свою аудиторию о религиозных объединениях, их жизни, традициях, убеждениях, не дожидаясь экстренных ситуаций;
4. анализировать в материалах случаи, когда на такие группы падают необоснованные подозрения, искать ответ на вопрос, почему именно их выбрали на роль виновников. «Потому что наше общество недостаточно толерантно» — в данном случае не ответ. Возможно, основная масса граждан мало знает об этой группе, воспринимает как «чужих» (и тогда легче поверить в их причастность к преступлению). Возможно, на этой территории еще с царских времен есть традиция отношения к этой группе как к секте. Возможно, у этой группы есть соперники, которые заинтересованы в создании негативного имиджа. Все это вопросы для журналиста.

3. Антипатриотизм

В разделе, посвященном этничности, мы упоминали особую форму языка вражды, «отрицание гражданства». Ее разновидность можно обнаружить в репрезентации религиозных групп и их представителей. Журналисты могут описывать своих героев как пассивных граждан, упрекать в уклонении от воинской службы, утверждать, что престиж вероисповедания для их героев значит больше, чем престиж страны (не спрашивая об этом самих героев). В крайних формах принадлежность к религиозной группе выступает в материалах СМИ как обоснование антиобщественных действий.

Но первое, о чем нельзя забывать — взрослый человек всегда входит больше чем в одну социальную категорию, и его вероисповедание никоим образом не выключает его из семьи, профессионального сообщества, он остается жителем своего города или села, он остается гражданином своей страны и человеком в целом. Какую из многих социальных групп человек будет считать для себя более значимой и на чьи требования ориентироваться в первую очередь, решает он сам. Эти решения индивидуальны, и журналист не может принимать их за другого человека, тем более, обобщать это решение на целую группу.

Конфликт двух ролей (я-гражданин и я-верующий) действительно может иметь место. Вопрос обязательной службы в армии — один из самых популярных среди тех, что фиксируют такого рода противоречия. На наш взгляд, журналист в таких случаях может направить свое внимание (и внимание аудитории) на варианты, позволяющие избежать ролевого конфликта, совместить разные требования, остаться верующим и выполнить свой гражданский долг. В нашем примере такого рода выходом становится альтернативная гражданская служба.



4. Двойные стандарты

Человек напал с ножом на прохожего. У напавшего на шее крестик. То есть он христианин. Часто ли вы встречали заголовки «Христианин напал с ножом…»? И действительно, если напал с ножом — какой же он после этого христианин? Настоящие христиане так не поступают. При этом «Мусульманин с ножом напал на милиционера» — вполне типичный заголовок. Но истинные мусульмане тоже не должны так поступать. Двойные стандарты заключаются в том, что в первом случае вероисповедание приписывается только тем, кто идеально соответствует нормам своей религии. Если же не соответствует — его вероисповедание отрицается. Во втором случае наоборот, поведение, которое позволяет себе конкретный человек, в том числе откровенно асоциальное, увязывается с религией, и нарушение общественных норм одним человеком распространяется на всех верующих.

Частный случай применения двойных стандартов — различение верующих и религиозных фанатиков. Борцы за веру многих конфессий порой прибегают к насилию и агрессии. Но в одном случае журналисты выделяют фанатиков из основной массы верующих, обособляют их. И тогда Коран публично сжигает не «христианин», а «американский пастор», или даже «пастор-фанатик». В другом же случае агрессивное поведение отдельных людей переносится на всех представителей религиозной группы. И тогда на американские посольства нападают «мусульмане».

5. Чувства верующих

Мы не могли обойти вниманием недавно возникший медийный штамп «чувства верующих». Он вызывает сомнения сам по себе, поскольку предполагает, что некоторые события должны вызывать у целой социальной группы, объединенной одной верой, одинаковые чувства. Такое представление является стереотипным, поскольку не учитывает, что чувства, оценки и мнения людей возникают не только в связи с их вероисповеданием, но и в связи с образованием, уровнем до-

ходов, политическими взглядами и т.д. То есть у разных верующих могут быть очень разные чувства по одному и тому же поводу.

Особую тревогу вызывает то, что конструкт «чувства верующих» порой используется для призывов ограничить в правах, в возможностях самовыражения, в образе жизни другие социальные группы. Журналист, который стремится в своих материалах показать все разнообразие мира вне реальности СМИ, должен помнить о том, что чувства верующих неоднородны, а кроме того, что у неверующих или «верующих иначе» тоже есть свои чувства, и тоже очень разнообразные.

Корректная и некорректная лексика

Да	**Нет**
Религиозная группа, религиозная община, культ.	Традиционные и нетрадиционные религии.
Община, прихожане, религиозный.	Секта, сектанты, тоталитарный, деструктивный.
«Язычники» — некорректно использовать в смысле «варвары». Язычники — одна из религиозных групп, имеющих такое же право на существование, как и все остальные.	
Обращение в религию.	Вербовка, промывка мозгов.
Последователь вероучения, прихожанин общины.	Адепт.
Пост.	Насильственное лишение пищи (некорректно, пока факт не доказан в суде).
Миссионерская деятельность.	Экспансия.
Жертвенное служение.	Рабство (некорректно, пока факт не доказан в суде).
Жертвование денежных средств.	Вымогательство, мошенничество (некорректно, пока факт не доказан в суде).
Проповедь.	Зомбирование.

Подготовка материалов о людях с инвалидностью

Корректный материал на эту тему — такой, который способствует ***социальной включенности*** людей с инвалидностью. Представление о социальной включенности и ***исключенности*** возникло в рамках ***социальной модели инвалидности***, которая постепенно приходит на смену прежней, медицинской модели. На постсоветском пространстве этот переход все еще происходит.

1. Не обходите вниманием тему

Этому совету непросто следовать, поскольку тема инвалидности в прессе маргинальна. Одна из возможных причин этого — убеждение, что, во-первых, проблемы людей с инвалидностью касаются только их самих и узкого круга близких, во-вторых, что таких людей немного, они составляют малую долю от общей аудитории СМИ.

Начнем с «во-вторых». О людях с инвалидностью редко вспоминают СМИ. И, поскольку мы склонны судить по отображению в медиа о мире в целом, возникает впечатление, что их мало и вокруг нас. Однако, к примеру, в Российской Федерации по официальным данным око ло 13 миллионов людей с инвалидностью, это около 9% жителей страны. Для сравнения: по данным Глобального мониторинга предпринимательства 2012 в предпринимательскую деятельность в России вовлечено 7% населения.

Люди в окружении человека с инвалидностью (родственники, друзья, медицинские работники и т.д.) тоже будут интересоваться материалами СМИ на тему, касающуюся их близких или своих профессиональных обязанностей в случае с медицинскими и социальными работниками. Предположим, на каждого человека с инвалидностью приходится только один тесно с ним связанный человек без инвалидности. В итоге тематика таких материалов может быть интересна как минимум 18% населения. Достаточный ли это процент аудитории, чтобы его учитывать? Это решает руководство конкретного СМИ. И часто не в пользу таких материалов.

Но вернемся к «во-первых». Действительно ли материалы об инвалидности не могут заинтересовать никого вне этих минимум 18%? Да, если мы будем описывать инвалидность в рамках медицинской модели. То есть понимать и подавать инвалидность как болезнь, а болезнь как причину всех сложностей, с которыми сталкивается наш герой. Тогда логические цепочки могут выглядеть следующим образом: этот молодой человек незрячий, следовательно, он не может сам перейти дорогу, ходить в театр, учиться в вузе, стать высокооплачиваемым специалистом и т.д. Совершенно не обязательно, чтобы такие рассуждения присутствовали в тексте материала, они могут подразумеваться в его структуре и в таком виде считываться аудиторией.

Но кроме медицинской модели существует и иная, социальная. Она не рассматривает инвалидность как нечто, присущее конкретному человеку, а понимает ее как эффект внешней среды, связанный с отсутствием условий для реализации возможностей. То есть молодого человека делает инвалидом не отсутствие зрения, а отсутствие учебников со шрифтом Брайля, отсутствие звуковых сигналов на переходах, отсутствие оборудованных для его потребностей рабочих мест и т.д. Решение проблемы инвалидности в рамках этой модели — это такое изменение среды, которое позволяет человеку жить полноценной жизнью, независимо от его индивидуальных особенностей.

Именно социальная модель инвалидности дает журналистам возможность создавать материалы, интересные широкому кругу читателей. Потому что если в центре внимания автора оказывается изменение среды (например, установка пандусов), оно затрагивает далеко не только людей с инвалидностью, но всех, кто живет в этой среде. Безбарьерная среда упрощает передвижение не только людям в инвалидных креслах, но и велосипедистам, мамам с колясками, ребятам на роликах и скейтах. Совместное обучение влияет на школьников и студентов без инвалидности, ставит вопросы о квалификации преподавателей и администрации учебного заведения. Решение вопроса трудоустройства затрагивает интересы нанимателей и других субъектов рынка труда. Число вовлеченных в происходящее значительно расширяется. И проблемы людей с инвалидностью, как оказывается, могут касаться не только их самих и их окружения.

2. Не подавайте инвалидность как проблему, ищите препятствия во внешней среде

Это связано все с той же социальной моделью, где инвалидность рассматривается не как болезнь, а как социальное устройство, отсекающее некоторые группы людей от полноценной жизни.

Разумеется, если ваш материал посвящен вопросам реабилитации и ее успешности, вам не удастся уйти от медицинского подхода. Но даже в таких материалах можно задуматься над тем, какие внешние условия помогли бы людям с инвалидностью скорее покинуть реабилитационные центры и вести самостоятельную жизнь.

3. Жалость и героизация — две стороны одной медали

Исследователи, занимающиеся освещением тематики инвалидности в СМИ, говорят, что материалы, стремящиеся вызвать жалость, имеют негативный эффект на аудиторию. У зрителей, читателей и слушателей формируется «усталость сострадать», апатия, теряется чувствительность к неприятным социальным явлениям и появляется желание отгородиться от такого рода информации. Поэтому даже самые лучшие материалы, которые «давят на жалость», одновременно вызывают отторжение самой темы.

Другой распространенный прием при описании человека с инвалидностью — подача его как сильного, не нуждающегося в жалости героя, самостоятельно справляющегося со своими трудностями. Это могут быть настоящие героические эпосы (например, о христианском проповеднике

Нике Вуйчиче, родившемся без рук и ног), или более скромные истории (например, о юноше с ДЦП, закончившем среднюю школу с золотой медалью).

Второй прием психологически менее травматичен для аудитории, но все же не является корректным. Во-первых, героев в мире мало. И все безногие, не попавшие на Олимпийские игры, а «всего лишь» научившиеся спускаться во двор с 6-го этажа, и все юноши и девушки с ДЦП, закончившие школу с тройками, остаются вне внимания журналистов. Фактически, прием героизации создает еще одну систему неравенства. В первой системе есть люди с инвалидностью и без нее, а во второй — люди с инвалидностью в свою очередь начинают делиться на два сорта: «героев», способных справиться с трудностями, вызванными инвалидностью, и «неудачников», которые не смогли этого сделать. «Герои» ставятся в пример и становятся медийными персонами, про «неудачников» забывают.

Но главная проблема героизации даже не в этом, а в том, что она снова отвлекает внимание от условий внешней среды. Этот прием следует все той же логике медицинской модели, в которой есть болезнь, причина всех бед, только для решения проблемы предлагается не ждать выздоровления, а проявить чудеса находчивости, целеустремленности, силы, воли, силы воли и других личных качеств. Но почему одному человеку, чтобы сходить в магазин, нужно стать героем, а другому достаточно обуться и выйти за дверь? Нельзя ли так организовать внешнюю среду, чтобы поход в магазин был доступен всем и не требовал героизма?

Конечно, если вы встречаете такого рода героя, было бы просто грешно не сделать о нем материал. Как же при этом избежать ловушки героизации? Помочь в этом может, как ни странно, жалость. Но жалеть нужно не «несчастного инвалида», а общество, которое вынуждает своих самых ярких людей вкладывать колоссальные усилия не в работу и творчество, а в то, чтобы просто жить. Жалеть стоит о тех условиях, которые не были созданы для полноценной жизни этого человека.

4. Не призывайте опекать, требуйте создавать возможности

Уже хорошо нам знакомая медицинская модель рассматривает человека с инвалидностью как больной организм. Задачи государства в рамках такой модели — обеспечить потребности больного организма, то есть государство помогает поддерживать жизнь и создает условия для лечения. Быть живым и иметь медицинский уход — других потребностей у больного организма нет.

Социальная модель видит в человеке с инвалидностью прежде всего человека, со всем многообразием его потребностей. И задачи для государства, соответственно, меняются. Теперь становится важным создать среду, в которой эти люди могут свои потребности удовлетворять. И тогда в центре внимания оказывается не размер пособия по инвалидности, а возможности обучения и трудоустройства, не материальная обеспеченность школ-интернатов, а условия для инклюзивного образования в обычных школах.

Если смена модели с медицинской на социальную очень медленно происходит в СМИ, то еще медленнее она протекает в кабинетах чиновников. Одна из причин в том, что у государственных служащих на постсоветском пространстве есть тенденция относиться к гражданам, как к тем, кого они опекают и о ком заботятся. Патерналистские тенденции распространяются на всех, независимо от наличия или отсутствия инвалидности. Опасность таких установок в том, что у чиновников растет убеждение: они знают, что нужно гражданам, «лучше», чем сами граждане. И именно журналисты помогают развеять эти иллюзии.

Другая причина медленной смены государственной политики в том, что обеспечить потребности больного организма гораздо дешевле, чем вкладываться в изменения среды. Увеличение пособий дает эффект накануне выборов, но ничего не меняет в длительной перспективе. И задача журналиста — напоминать властям, что от их сегодняшних решений зависит завтра того общества, которым власти управляют.

5. Материал о человеке, а не о больном организме

Один из способов сделать материал живым и интересным — описывать героя или героев как личность, а не как больное тело. У человека есть мечты и хобби, а не только анализы и лекарства, в его жизни обычно есть место юмору и радостям, а не только страданиям и стенаниям.

В вашем материале он может играть роль «наглядного пособия», когда на его примере вы объясняете, что представляет собой этот вид инвалидности, его история может быть поводом для дискуссии по значимым вопросам. Но в любом случае в материале должен присутствовать человек и его история должна быть историей человека, а не историей его инвалидности.



Корректная и некорректная лексика

Да	Нет
Человек с инвалидностью.	Человек с ограниченными возможностями.
Человек с травмой (руки, позвоночника и т.д.).	Больной. Калека, искалеченный, покалеченный и т.д. С дефектом здоровья, с недостатком здоровья.
Человек без инвалидности.	Нормальный.
	Здоровый.
Человек на коляске, использующий коляску.	Парализованный, паралитик, прикованный к коляске, одноногий, безногий. Колясочник — может использоваться в общении, но не лучший термин для материала.
Инвалидность.	Дефект, увечье, несчастье.
Имеет (такой-то диагноз), человек с (таким-то диагнозом).	Болеет, страдает.
	Формы, образованные от диагноза, например «даун», «эпилептик». Грубые просторечия, например, «припадочный», «дцпшник», «шизик».
Человек, перенесший (такую-то болезнь), приобрел инвалидность в результате (такой-то болезни).	Страдает от (такой-то болезни или ее последствий), жертва (такой-то болезни).
Человек с ментальной инвалидностью, с особенностями ментального развития, с особенностями развития.	Отсталый, умственно неполноценный, с задержкой в развитии, с отставанием в развитии, слабоумный, «тормоз».
Дети с инвалидностью.	Дети-инвалиды.
Школьники с особыми образовательными потребностями.	Школьники-инвалиды.
Человек с особенностями психического развития, человек с особенностями душевного или эмоционального развития.	Псих, сумасшедший, ненормальный, душевнобольной, человек с душевным или эмоциональным расстройством, человек с психиатрическими проблемами.
Незрячий, слабовидящий, с инвалидностью по зрению.	Слепой, с нарушениями зрения.
Неслышащий, слабослышащий, с инвалидностью по слуху, пользующийся жестовой речью.	Глухой, с нарушениями слуха, глухонемой.

Таблица составлена на основе **http://perspektiva-inva.ru/language-etiquette/**.

Гендерно чувствительные материалы



Журналисткий материал о гендерной тематике будет считаться корректным при соблюдении двух основных условий:

- если он свободен от ***сексизма*** и поддерживает идею ***равенства полов*** (не стоит при этом путать «равенство» и «одинаковость»);
- если в материале одинаково видимы и мужчины, и женщины, их ситуации, интересы, причем учитывается, что одни и те же ситуации зачастую имеют разные последствия для мужчин и женщин, что в одинаковых ситуациях интересы мужчин и женщин могут отличаться — то есть, если материал ***гендерно чувствителен.***

2. «Негендерные» материалы

Если героями вашего материала являются люди — значит, в нем есть гендерная составляющая, поскольку разделение по признаку пола — одно из базовых социальных делений. Любой материал обязательно является гендерно корректным, либо нет. Любой материал является гендерно чувствительным, либо нет. Если вы полагаете, что могли бы подготовить материал для СМИ, не имеющий гендерной составляющей — пришлите его нам, пожа-

луйста. И если мы тоже не сможем найти никаких гендерных аспектов для темы вашего материала — обещаем вам специальный приз за креативность.

Но пока такой материал к нам не пришел, мы полагаем, что везде, где есть люди, есть гендерная тематика. Если вы делаете уличный опрос на политическую тему: кому на улице вы чаще будете задавать свой вопрос, женщинам или мужчинам? От кого вы сами ждете более развернутых и обоснованных ответов, какого пола респондентов внимательнее слушаете? В равной ли степени в ваш итоговый материал войдут реплики женщин и мужчин? Какого пола эксперт будет комментировать опрос? И как изменится ситуация, если темой опроса будет строительство нового детского сада? Какое место в таком материале будет отведено отцам, принимающим участие в воспитании своих детей?

Вы работаете с гендерной тематикой при подготовке любого материала. Вопрос лишь в том, насколько осознанно. Можете ли вы увидеть гендерную составляющую своего материала? Можете ли вы просчитать, на создание какой реальности он работает? Той, в которой место женщины — на кухне, а мужчина, который сидит с ребенком, пока его жена руководит фирмой, — лузер и подкаблучник? Или ваш материал отражает мир, в котором люди, независимо от пола, имеют самые разные возможности для самовыражения?

3. «Гендерные» материалы

Одновременно есть целый ряд тем, которые напрямую затрагивают гендерные аспекты: это и вопрос об абортах и доступности контрацепции, сексуальное воспитание, неравенство в заработной плате, запрет на определенные профессии для представителей конкретного пола, домашнее насилие, новые формы семьи и новые подходы к распределению родительских обязанностей и пр., и пр. Все они, безусловно, тоже нуждаются в освещении, поскольку затрагивают интересы даже не половины, а всего общества. Ведь нельзя обсуждать «женские» вопросы, не проследив, как изменения в законах и практиках отразятся на мужчинах. В приложении вы можете найти список пособий, которые рассказывают о том, как подходить к освещению этих вопросов. Мы приглашаем вас с ними ознакомиться.

4. Гендерные стереотипы

Многие из нас искренне полагают, что говоря «женщина» или «мужчина», мы говорим о людях нечто большее, чем просто указываем на их физиологические отличия. Женщина — значит, любит детей, скорее, мягкая и дипломатичная, а мужчина — активный и порой агрессивный, более решительный и склонный

к лидерству. Стереотипными эти представления являются потому, что мы так думаем обо всех женщинах, и обо всех мужчинах, никак не учитывая их индивидуальные отличия в характере, темпераменте, жизненном опыте.

У этих стереотипов есть серьезные основания: мальчиков и девочек воспитывают по-разному. В одних чаще поощряются усидчивость, аккуратность и послушность, в других — активность и инициатива. Поэтому действительно очень вероятно, что «средняя» женщина будет реже публично проявлять агрессию, чем «средний» мужчина. Но при этом стоит помнить, что «средние» люди встречаются только в статистических отчетах. Конкретные мужчины и женщины могут сильно отличаться от стандарта.

Что же делают журналисты, когда воспроизводят стереотипы, например, в виде клише «сильный пол»/«слабый пол»? Каждая публикация, где фигурирует гендерный стереотип («сильный и решительный мужчина», «слабая и хрупкая женщина») не только показывает, как все есть «на самом деле», но и ориентирует на то «как должно быть», «как правильно». И если рядом со стереотипными мужскими и женскими образами и ролями никогда (или крайне редко) не появляется образов, которые стереотипы разрушают — тогда… Сторонники традиционного распределения ролей тут могли бы подумать «тогда люди будут следовать тем нормам, которые транслируют СМИ, тогда у нас наконец-то появятся по-настоящему мужественные мужчины и женственные женщины». Но так не происходит. Люди могут очень стараться перестать быть самими собой, но у них это редко получается до конца. Хрупкому романтичному юноше трудно стать альфа-самцом. И если медиа показывают образ мужчины только как альфа-самца — наш юный романтик может очень страдать из-за того, что не соответствует образу «настоящего мужчины».

Хотим подчеркнуть, что мы вовсе не призываем транслировать исключительно нешаблонные образцы — это означало бы обратный перекос в репрезентации гендерных ролей. Мы призываем показывать широкий спектр разнообразных ролей и образов — тогда оставаться собой и гордиться собой может и альфа-самец, и хрупкий романтик, и бизнес-леди, и домохозяйка.

5. Редукция персонажей

Стереотипы проявляются не только в виде речевых клише и подборе эпитетов, они часто определяют саму работу с героями материалов и подачу темы. Мужчин показывают как профессионалов, женщин — как жен и матерей, говоря о мужчинах,

подчеркивают их карьерные достижения, о женщинах — их привлекательный внешний вид. Это проявляется и в выборе вопросов для интервью, и в выборе ракурса для фото (серьезное лицо мужчины в одном кадре и улыбающаяся женщина, снятая во весь рост — чтобы были видны ноги — в другом), и в выборе экспертов для обсуждения темы.

Получается, что при стереотипной подаче герои материалов редуцируются лишь до какой-то одной своей стороны: мужчины обычно до профессиональной жизни, женщины — до частной сферы или даже до сексуального объекта. Разумеется, (если вы только не пишете чью-то биографию) вам приходится редуцировать своих героев. Порой от них может остаться только мнение по конкретному узкому вопросу. Редукция сама по себе хороша и нормальна. Но она становится проблемой, когда СМИ систематически редуцируют женщин до одних ролей, а мужчин до других.

Но ведь ничто, кроме наших установок, не мешает сделать интервью о женщине, задавая вопросы исключительно о карьере и творчестве. Или спросить обаятельного писателя, какие подарки ему дарят поклонницы. Такие развороты теперь появляются все чаще, но по-прежнему выглядят необычно свежо на стандартном общем фоне.

6. Невидимость женщин

Когда мы говорим «группа школьников», мы понимаем, что в такую группу могут входить и мальчики и девочки, а вот в «группу школьниц» мальчики входить не могут. Мужской род используется по умолчанию как относящийся ко всем людям. Название принятой во времена Французской революции «Декларации прав человека и гражданина» можно перевести на русский как «Декларацию прав мужчины и гражданина». Этот перевод будет даже более точным, потому что в то время политические права действительно не распространялись на женщин.

Использование мужского рода по умолчанию является нормой для многих языков. И оно имеет свои следствия. Язык во многом определяет наше мышление. И если мы говорим «чиновники», а не «чиновницы», «предприниматели», а не «предпринимательницы», «учителя», а не «учительницы», мы делаем женщин невидимыми и в языке, и в нашем собственном воображении. Мы рискуем забыть, что у женской части называемой нами группы есть особые потребности и интересы. Что чиновнице, чтобы сделать карьеру, нужно быть на голову выше своих конкурентов-мужчин, потому что за женщиной неохотно признают право на лидерство. Что у предпринимательницы меньше шансов иметь мужа, который

возьмет на себя всю заботу о доме, чем у мужчины-предпринимателя на такую жену. Что учительница, скорее всего, сама имеет детей и ей нужно время забрать их из детского сада, а вот за мужчину-учителя это, очень возможно, сделает его жена.

Иногда внимательное отношение к использованию женского рода может натолкнуть на неожиданные темы для материалов. В пособии «Гендерно-этичная журналистика» Сувендрини Какучи делится опытом освещения цунами на Шри-Ланке в 2004 году. В то время как все писали о «людях», «жителях» и «пострадавших», она писала, что девочки и женщины погибали во время наводнения, потому что не научились плавать и лазить по деревьям. Эти навыки не считались важными для будущих жен и матерей, такие игры девочек не поощрялись, в итоге это стоило многим жизни. В своих материалах Какучи писала, что дома и другая собственность обычно были записаны на мужчину, и женщинам было трудно после смерти мужа оформить имущественные права, в том числе и потому, что женщины имели меньше опыта общения с чиновниками. То есть женщины и мужчины пострадали от наводнения по-разному. Но увидеть это можно было только обладая гендерной чувствительностью. И использование женского рода помогает ее развивать.



Однако сделать женщин видимыми иногда почти невозможно, потому что в языке просто нет подходящих слов. Как назвать одним словом женщину-министра? Женщину-генерала? Женщину-автора? В беларусском и украинском языках слова «авторка», «поэтка» выглядят более органично и приживаются лучше, чем в русском. Но и в русском можно подчеркнуть женский пол вашей героини, назвав ее по имени или фамилии (лейтенант Соколова) или прибавив прилагательное, которое укажет на пол (опытная врач).

Сделать женский род в языке видимым (а значит, сделать видимыми женщин в конструируемой вами реальности) — это значит проявлять не только социальную ответственность, но и работать над развитием языка, демонстрировать высокое мастерство владения словом.

«Мужской род по умолчанию» причудливо отражается и в информационной политике СМИ: самые важные темы (политика, экономика, война, ка-

тастрофы) одновременно признаются важными для всех и считаются по преимуществу «мужскими» сферами, что отражается в выборе героев материала и экспертов. Но о выборе экспертов речь пойдет ниже.

7. Выбор экспертов

Случается, редакторы и сами журналисты выбирают эксперта-мужчину, потому что считают их более компетентными и квалифицированными. Иногда можно услышать обоснование, что мужчинам больше доверяет аудитория. Так или иначе, женщины чаще появляются в роли экспертов, когда речь заходит о традиционно «женских» сферах, например, об образовании.

Выбор экспертов-мужчин закрепляет представление, что самые успешные профессионалы — это мужчины. В тот момент, когда журналист выбирает женщину-политолога, женщину-экономиста, женщину — ядерного физика, он сообщает своей аудитории не только то, о чем говорит эксперт, но и показывает, что женщина может быть успешным профессионалом, вдохновляет тем самым многих женщин, девушек и девочек хотеть от жизни чуть большего, чем удачно выйти замуж.

Особенно интересен выбор экспертов, когда речь заходит о собственно гендерной тематике. Например, освещая вопрос абортов, журналисты часто обращаются за комментариями к медикам и священникам и порой «забывают» представительниц женских организаций, общественных деятельниц, исследовательниц этой темы. Либо приглашают женщину, не потому что она эксперт, не потому, что она занимается этой проблемой, а просто потому, что она женского пола. Случается и наоборот: одну сторону в дискуссии представляет социолог, феминистка и общественный деятель, а ее оппонентом выбирают «мужчину, отца троих детей». Но человек не может считаться экспертом просто в силу принадлежности к своему полу. Экспертом может быть лишь тот, кто профессионально занимается рассматриваемой темой.

8. Трансляция сексистких высказываний

Наверное, излишним будет напоминать, что материал, в котором женщины или мужчины описываются как неполноценные в какой-либо сфере, нельзя считать корректным. Но иногда мы даже не задумываемся, что вопросы наподобие «может ли женщина быть министром обороны?» или «можно ли доверить мужу детей?» являются сексистскими.

Сексистскими же будут использование прилагательного «женский» как синонима «плохого, некачественного, неполноценного» а то и вовсе отрицающего смысл определяемого слова, например «женская

логика» или «женская дружба». С прилагательным «мужской» так обращаются реже, это редко устоявшиеся выражения, но встречаются попытки их создать («мужская верность»).

Сексистскими будут считаться утверждения о превосходстве одного пола над другим в какой-либо сфере («мужчины более креативны», «женщины тактичнее»).

Проявления сексизма многообразны, и ответственность журналиста состоит не только в том, чтобы самому их не транслировать, но и следить за тем, чтобы сексистские высказывания героев материала (если уж без них нельзя обойтись) не оставались без комментария, который бы ставил их под сомнение.

9. Освещение темы насилия

Особое место среди тем этой группы занимает тема насилия в отношении женщин. Женщины чаще мужчин становятся жертвами домашнего и сексуального насилия. И одна из самых распространенных ошибок журналистов при освещении этой темы: оправдание насильника и обвинение жертвы. Она «спровоцировала», а он «не устоял», она «напрашивалась», а он «естественно, вспылил», она «утверждает, что на нее напали», а он «уважаемый человек и примерный семьянин». В некорректных материалах можно заметить, что женщинам приписывается сверхъестественная способность предвидеть будущее — она должна уметь заранее просчитать, как отреагирует мужчина на ее внешний вид, слова и поступки. Мужчины же в таких материалах описываются как примитивные животные, неспособные противостоять инстинктам — сексуальное возбуждение или гнев являются словно бы достаточными поводами для того, чтобы прибегнуть к силе и принуждению.

Но вопрос освещения насилия — это большая отдельная тема, далеко выходящая за рамки нашей брошюры. Здесь мы бы хотели сказать только о том, что для грамотной работы с этой тематикой нужна высокая профессиональная квалификация, большой опыт и целый ряд личных качеств, среди которых такт и стрессоустойчивость. Сделать такой материал качественным и корректным походя, отвлекшись ненадолго от других тем и материалов, практически невозможно.

10. Использование терминологии

Если вы читаете эти строки, вряд ли вы используете слово «феминизм» как ругательное. Но скорее всего, вам знакомы примеры, когда его так используют. Феминисткам приписывают и мужененавистничество, и идею превосходства женщин над мужчинами, и

стремление завоевать для женщин особые права, сверх обычных человеческих. Не говоря уже об образе феминистки в медиа — агрессивной непривлекательной дамы. Речь идет о тех случаях, когда о феминистках говорят собирательно, описывают как группу.

Словом, отдельные журналисты могут использовать термин, не потрудившись выяснить его значение. Поэтому мы хотели бы высказать просьбу, которая, надеемся, не обидит профессионалов, но может быть, напомнит о стандартах профессии тем, кому еще предстоит стать профессионалами. Просьба состоит в следующем: пожалуйста, заглядывайте в словари и энциклопедии. Есть целый ряд понятий, который перекочевали в СМИ из лексикона ученых, и которые сегодня очень активно, но, к сожалению, неточно используются. Термины «гендер», «феминизм», «гендерное равенство» — в их числе.

Корректная и некорректная лексика

Как и в случае с этничностью, лексика редко является основной проблемой сексистских материалов. Поэтому здесь мы отмечаем лишь несколько моментов.

Да	Нет
Использование окончаний и суффиксов, указывающих на женский род, удвоение наименований групп (журналисты и журналистки).	Использование мужского рода по умолчанию.
Сравнение женщин с женщинами — мастерами своего дела (она поет как Эдит Пиаф). Мария Складовская-Кюри — ученая, первый дважды нобелевский лауреат в истории.	Сравнение женщин с мужчинами — мастерами своего дела (она поет как Шаляпин). Описание известных женщин через отнесение к их мужу (Крупская как жена Ленина, а не как теоретик педагогики).
Использование прилагательных «женский» и «мужской» в собственном смысле слова — как указание на нечто, присущее людям женского и мужского пола («женская грудь»).	Использование прилагательного «женский» как указание на недостаток или отсутствие чего-либо (женская логика), а прилагательного «мужской» — как указание на ярко выраженное качество («мужская хватка»).
К прилагательным «женский» и «мужской» в смысле «предусмотренный социальной ролью» нужно относиться внимательно. Так, «женская работа» или «мужская работа» — это та, выполнение которой традиционно ожидается от мужчин или женщин, но не та, которую они обязаны выполнять.	

Корректность при освещении темы ЛГБТ

Мы уверены, что в нашем мире есть место широкому спектру сексуальных ориентаций и гендерных идентичностей. И мы полагаем, что наши читатели в этом с нами согласны. Если вы придерживаетесь иного мнения, нам стоит оговориться — здесь мы не будем предпринимать попыток кого-либо переубедить, не будем заниматься и просвещением. Для этого есть другие места и тексты. Ниже — советы для тех, кто стремится создать корректный материал на тему ЛГБТ. «Корректный» в данном случае значит свободный от гомофобии, бифобии, трансфобии и целого списка им подобных.

1. Об этом нужно писать

Вероятно, вы замечали, что почти каждый материал о гендерной идентичности и сексуальной ориентации собирает много комментариев, и обращали внимание, насколько агрессивны бывают эти комментарии. В результате часть журналистов, которые могли бы сделать интересный и качественный материал, избегает темы, чтобы не провоцировать очередной скандал. И наоборот, любители дешевой славы (которые встречаются в каждой профессии) очень любят эту тему.

Она сегодня действительно одна из самых обсуждаемых. Начало 21-го века в бывших постсоветских странах — это период, когда в массовом сознании идет активное осмысление разнообразия гендерных идентичностей и сексуальных ориентаций. Происходит это осмысление в медиа: на сайтах, форумах, в социальных сетях. Любая дискуссия, особенно длительная и широкая, приводит к поляризации мнений: кто-то становится сторонником равных прав для ЛГБТ, кто-то — яростным противником.

Поводом для очередного витка обсуждения часто становятся материалы СМИ. Роль СМИ в этот период особенно важна, поскольку в быстром ритме современной жизни у человека даже при наличии желания может не быть времени, чтобы познакомиться с вопросом серьезно — почитать книги, заглянуть в результаты научных исследований и сформировать собственное обоснованное мнение. Мнение о проблеме составляется во многом на основе той информации, которая приходит из СМИ. И сознательная или несознательная дезинформация со стороны журналистов может провоцировать агрессию в отношении представителей некоторых групп, вплоть до случаев применения насилия.

Поэтому мы полагаем, что сегодня от журналистов во многом зависит уровень информированности по вопросам ЛГБТ, от работы СМИ — качество и глубина осмысления проблемы в обществе, от информационной политики — те позиции, которые позже трансформируются в решения на политическом уровне. Это та ситуация, когда журналистика оказывает самое непосредственное влияние на будущее. Учитывая накал страстей, сегодня грамотный и серьезный материал может в буквальном смысле спасти чью-то жизнь. И поэтому мы призываем вас писать об этом.

2. Это не болезнь и не несчастье

Даже журналисты, доброжелательно настроенные по отношению к своим героям, иногда описывают их ориентацию или идентичность как болезнь. Делается это для того, чтобы подчеркнуть: человек не может ничего изменить, он в этом «не виноват». И в этом действительно нет вины, но нет и болезни. «Болезнь» конструируется в журналистках материалах через выбор лексики («впервые понял, что что-то не так») рассказы о ситуациях травмы (таких как попытка изнасилования), описание того, как близкие помогают герою справляться с его/её «неполноценностью» (брат одной из девушек в однополой паре, помогающий переносить тяжелые вещи при переезде).

Но описывая гендерную идентичность или сексуальную ориентацию как болезнь, мы провоцируем аудиторию задаться вопросом: «А как это можно вылечить?» Или даже на попытки такого «лечения». Но то, что не является болезнью, лечению не поддается.

Иногда сексуальная ориентация или гендерная идентичность описываются как несчастье. Если в материале речь и дет о случаях дискриминации, понятно, что образ героя материала конструируется как образ жертвы. Но мы имеем в виду те случаи, когда в качестве главной беды и причины всех прочих «малых» бед журналист видит (и представляет аудитории) саму ориентацию или гендерную идентичность героев. Когда центр тяжести переносится с дискриминирующих законов, традиций и практик на особенности самого человека. Такое описание уводит в сторону от возможного решения проблемы: изменения законов, традиций и практик на те, которые оставляют шанс жить в одном мире многим разным людям.

3. Не сводите героев к их ориентации или идентичности

«Почему эти люди хотят, чтобы их уважали за то, как и с кем они занимаются сексом? Почему они хотят этим гордиться?» — так звучит распространенная претензия к гомосексуалам. Но она не совсем по адресу. Точнее был бы вопрос: почему СМИ, освещая тему гомосексуальности, делают упор на сексуальные практики? Почему авторы конструируют образы героев, оставляя за кадром работу и хобби, общение с друзьями, планы на жизнь? Любому журналисту понятно, почему так происходит: со всех сторон гомосексуалы — самые обычные, ничем не примечательные люди, а журналист стремится рассказать об интересном. В итоге в фокус внимания попадают только прайды и однополые связи. Как следствие — у аудитории возникает вопрос: «Почему гомосексуалы так зациклены на своей сексуальной жизни?»

Что можно с этим сделать? Ставить акцент на сексуальной ориентации или гендерной идентичности героя вашего материала имеет смысл только в том случае, если они становится поводом к дискриминации, к нарушению прав. Но и в этом случае главное — нарушение прав человека, а не прав гея или лесбиянки. В остальных случаях ориентация и гендерная идентичность — это так же не важно, как цвет волос или размер обуви. Вы ведь вряд ли стали бы делать материал о человеке только потому что он(а) гетеросексуален(-льна)? Или потому что он(а) — женщина или мужчина? Уважение к идее равенства требует такого же отношения к геям, лесбиянкам, трансгендерным людям, бисексуалам и многим другим.

4. Осторожно: новые стереотипы

Как только о гомосексуалах (часто), а также об асексуалах, бисексуалах, пансексуалах и других (реже, но тоже) заговорили в медиа, стали формироваться новые стереотипные образы. Геи — лучшие друзья девушек и непременно творческие натуры, лесбиянки — суровые дамы с короткой стрижкой и бицепсами, как у десантника. Геи-сантехники и лесбиянки в платьях от Шанель в такие образы не вписываются, а значит, рискуют быть подвергнутыми дискриминации дважды: как «неправильные» люди и как «неправильные» геи и лесбиянки. Кроме того, любые стереотипы создают иллюзию, что мы можем что-то сказать о характере, вкусах, образе жизни человека только потому, что нам известна его или её ориентация или гендерная идентичность. А это обедняет наше представление о разнообразии мира.

Что может сделать журналист? Показывать своих героев опираясь на максимально богатую фактуру, отдавая предпочтение тем «фишкам», которые не совпадают со штампами. Это вызывает интерес и доверие аудитории, делает материал ярче и выразительней.

5. ЛГБТ-сообщество неоднородно

Для внешнего наблюдателя ЛГБТ-сообщество может видеться как нечто единое и однородное, как «те, кто отличается от нас». Поэтому нередко можно увидеть в медиа гея, говорящего от имени не только геев, но и лесбиянок, отвечающего на вопросы о трансвеститах, о коррекции пола. На самом же деле сообщество, во-первых, неоднородно, во-вторых, разные его подгруппы могут быть не свободны от фобий по отношению к другим группам. Более того — может иметь место неприятие своей собственной группы, и тогда говорят, например, о внутренней гомофобии.

Для журналиста, выбравшего ЛГБТ-тематику, это значит, во-первых, что он должен разбираться во всем внутреннем многообразии ЛГБТ-сообщества и ориентироваться в том, кому и какие вопросы уместно адресовать. Во-вторых, точно представлять собеседника, называя организацию, к которой он(а) принадлежит, не ограничиваясь общими формулировками(«один из лидеров ЛГБТ-движения»). В-третьих, именно на плечи журналиста ложится обязанность отслеживать, не содержат ли высказывания ваших собеседников элементов языка вражды по отношению к другим группам, и позаботиться о том, чтобы подготовленный материал не транслировал негативных высказываний без комментариев «обиженной» группы. Гарантии, что, если вы дали слово одному представителю ЛГБТ-сообщества, он непременно будет толерантен к другим представителям ЛГБТ, к сожалению, нет.

↓ Корректная и некорректная лексика

Да	Нет
Гомосексуальность, гомосексуал(ка).	Гомосексуализм, гомосексуалист(ка).
Гей/лесбиянка.	Голубой/розовая.
Сексуальная ориентация.	Сексуальные предпочтения.
Гомосексуальная, бисексуальная, интерсексуальная и др. сексуальная ориентация.	Нетрадиционная ориентация.
Семьи, однополые семьи, брак, однополый брак, матери, отцы, родители.	Нетрадиционные семьи, гей-брак или слова «семья», «брак», «матери», «отцы», взятые в кавычки.
Гомосексуальные отношения/пары.	Нетрадиционные сексуальные отношения/пары.
Гетеросексуал(ка).	Натурал(ка).
ЛГБТ (и подобные аббревиатуры: ЛГБТК, ЛГБТН, ЛГБТКНИ и др. включающие геев, лесбиянок, бисексуалов, трансгендерных людей, представителей квир-культуры, интерсексуалов, пансексуалов, асексуалов, неопределившихся и т.д.), ЛГБТ-сообщество.	Секс-меньшинства, сексуальные меньшинства.
Образ жизни, вечеринка, квартира.	Гомосексуальный образ жизни, гомосексуальная вечеринка, гомосексуальная квартира.
Гомосексуал(ка).	Оскорбления: пидор, гомик, педераст, содомит, извращенец, больной, девиант, перверт.
Равные права.	Особые права.
Трансгендерный мужчина/женщина (называется тот пол, с которым человек себя идентифицирует сам), трансгендерные люди.	Трансгендер, трансгендеры.
Переход, коррекция пола.	Смена пола.
Трансгендерный мужчина/женщина, трансгендерные люди.	Оскорбления: он-она, она-он, оно, это, мужеженщина.

Язык вражды

классификация А.М. Верховского
(аналитический центр «СОВА»)

Жесткий «язык вражды»

1. Прямые и непосредственные призывы к насилию.
2. Призывы к насилию с использованием общих лозунгов.
3. Прямые и непосредственные призывы к дискриминации.
4. Призывы к дискриминации в виде общих лозунгов.
5. Завуалированные призывы к насилию и дискриминации (к примеру, пропаганда положительного современного либо исторического опыта насилия или дискриминации).

Средний «язык вражды»

1. Оправдание исторических случаев дискриминации и насилия.
2. Публикации и высказывания, подвергающие сомнению общепризнанные исторические факты насилия и дискриминации.
3. Утверждения об исторических преступлениях той или иной социальной группы.
4. Указание на связь какой-либо социальной группы с отечественными и/или иностранными политическими и государственными структурами с целью ее дискредитации.
5. Утверждение о криминальности той или иной социальной группы.
6. Рассуждения о непропорциональном превосходстве какой-либо социальной группы в материальном достатке, представительстве во властных структурах и т. д.
7. Обвинение в негативном влиянии какой-либо социальной группы на общество, государство.
8. Призывы не допустить закрепления в регионе (районе, городе и т.д.) определенных социальных групп.

Мягкий «язык вражды»

1. Создание негативного образа социальной группы.
2. Упоминание названий социальной группы в уничижительном контексте.
3. Утверждение о неполноценности социальной группы.
4. Утверждение о моральных недостатках социальной группы.
5. Упоминание социальной группы или ее представителей как таковых в унизительном или оскорбительном контексте (к примеру, в криминальной хронике).
6. Цитирование дискриминирующих высказываний или публикация подобного рода текстов без соответствующего комментария, определяющего размежевание между мнением интервьюируемого и позицией автора текста (журналиста); предоставление места в газете для явной пропаганды без редакционного комментария или иной полемики.

Глоссарий

би-, гомо-, транс- и др. фобия

страх, нетерпимость, неприятие, ненависть и их проявление по отношению к гомосексуальным, бисексуальным, трансгендерным и др. людям и их практикам (может быть направлена на самого себя)

гендер

социальный пол, определяющий поведение человека в обществе и то, как это поведение воспринимается. Включает в себя биологический пол, гендерную роль (набор ожидаемых образцов поведения), гендерную атрибуцию (восприятие человека окружающими) и гендерную идентичность (самоопределение)

гендерная идентчность

внутреннее самоощущение в качестве мужчины, женщины или кого-то иного (бигендерное или кросс-гендерное самоощущение). Не обязательно совпадает с биологическим полом, с гражданским полом (по документам) или с полом воспитания

гендерная чувствительность

подход, при котором учитываются различия воздействия, оказываемого на женщин и мужчин, существующими или предлагаемыми программами, законодательством, государственным политическим курсом во всех сферах жизни общества и государства

гендерное равенство или равенство полов

равные доли в социальной власти, равный доступ к общественным ресурсам для мужчин и женщин. Не подразумевает тождество полов, тождество их признаков, характеристик

гетеросексизм

идеология и практика, в основе которых лежат убеждения о том, что гетеросексуальность — единственная нормальная (биологически, морально или социально) и приемлемая форма сексуальности человека, включает представление о превосходстве гетеросексуалов над гомосексуалами

дискриминация

умаление (фактически или юридически) прав какой-либо категории граждан по мотивам их национальности, расы, пола, вероисповедания и др. признаков выделения категории

идентичность

социальное качество личности, являющееся результатом сознательного и эмоционального самоотождествления и внутренне согласованного усвоения информации о нем самом как единстве личностного и одновременно социального

инвалидность

(1) в рамках медицинской модели

ограничения в возможностях жизнедеятельности в обществе, обусловленные физическими, умственными, сенсорными или психическими отклонениями индивида

(2) в рамках социальной модели

ограничения в возможностях, обусловленные физическими, психологическими, сенсорными, социальными, культурными, законодательными и иными барьерами, которые не позволяют человеку, имеющему инвалидность, быть интегрированным в общество и принимать участие в жизни семьи или общества на таких же основаниях, как и другие члены

ксенофобия

страх, нетерпимость, неприятие, ненависть и их проявление по отношению к кому-либо или чему-либо чужому, чужеродному

культ

внешнее проявление поклонения божеству, совокупность принятых в той или иной религии или религиозном течении обрядов, праздников, ритуалов, обычаев

мигрант

лицо, совершающее переселение, меняющее местожительство внутри страны или переезжающее из одной страны в другую

насилие в отношении женщин

использование силы на основе признака пола — от словесных оскорблений и угроз до тяжелых физических побоев и принуждения к вступлению в сексуальную связь. Подразделяется на психологическое, физическое, сексуальное, экономическое

отрицание гражданства

упоминание граждан страны как иностранцев в зависимости от их этнической идентификации

политическая корректность

установка на поиск новых способов языкового выражения взамен тех, которые задевают чувства и достоинства индивидуума, ущемляют его человеческие права через отсылку к расовой и половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида и т.п., а также практика использования новых способов языкового выражения

расизм

1) теория и практика, в основе которых лежат положения о физической и психической неравноценности человеческих рас и о решающем влиянии расовых различий на историю и культуру общества
2) совокупность убеждений, идеологий и социальных процессов, направленная на дискриминацию других из-за их предполагаемой принадлежности к «расовой» группе

религиозная группа

добровольное объединение граждан, образованное в целях совместного исповедания и распространения веры

религиозная нетерпимость

нетерпимость, мотивированная чьими-то личными религиозными убеждениями или практикой, или собственно нетерпимостью к другим религиозным верованиям или практикам как таковым

светское государство

государство, в котором не существует официальной, государственной религии и ни одно из вероучений не признается обязательным или предпочтительным

свобода вероисповедания

право индивидуально или совместно с другими исповедовать любую религию, свободно выбирать, иметь и распространять религиозные убеждения и действовать в соответствии с ними

свобода совести

право человека на свободу мысли, убеждений, вероисповедания или не исповедание никакой религии

сексизм

идеология и практика дискриминации людей по признаку пола. Она основана на установках или убеждениях, в соответствии с которыми женщинам (либо мужчинам) ложно приписываются (или отрицаются) определенные качества

сексуальная ориентация

направленность сексуально-эротических чувств и влечений на представителей определенного пола

секта

религиозное сообщество, состоящее из людей, отколовшихся от господствующей церкви и принявших новое вероучение (термин имеет смысл при наличии в государстве господствующей церкви и при описании времен, когда господствующая церковь была)

социальная включенность или социальная инклюзия

процесс интеграции индивида в общество независимо от половой, этнической и религиозной принадлежности, состояния здоровья, уровня развития, социально-экономического статуса и других различий

социальная исключенность или социальная эксклюзия

состояние выключенности из обычных для большинства форм социального общения и поведения, а также процесс маргинализации, связанный с ограниченным доступом к социальным институтам интеграции

стереотип

совокупность упрощенных обобщений о группе индивидуумов, позволяющая распределять членов группы по категориям и воспринимать их шаблонно, согласно этим ожиданиям. Таким образом, стереотипы расовых, социально-классовых и гендерных групп ведут к восприятию и отношению к индивидуумам в соответствии с необоснованными предвзятыми мнениями

толерантность

терпимость к чужому образу жизни, поведению, чужим обычаям, чувствам, верованиям, мнениям, идеям. Является одним из основополагающих демократических принципов, неразрывно связанным с концепциями плюрализма, социальной свободы и прав человека

феминизм

теория равенства полов, лежащая в основе движения женщин за освобождение, а также разного рода действия в защиту прав женщин, основанные на представлениях о правовом равенстве полов (в этом случае термин может употребляться как синоним женского движения)

этнически окрашенная информация

упоминания этнонимов (названия национальностей), рас и их производных, упоминания стран или республик, ассоциированных в массовом сознании с определенными этническими группами, а также упоминание слов, связанных с этничностью: национализм, шовинизм, национал-экстремизм и др.

этнос

(1) примордиалистский подход, полагающий этнос существующим объективно

исторически сложившаяся устойчивая группа людей (племя, народность, нация), говорящая на одном языке, признающая свое единое происхождение, обладающая единым укладом жизни, комплексом обычаев, традиций и отличающаяся всем этим от других народов

(2) конструктивистский подход, полагающий этнос искусственным социальным образованием

группа людей, члены которой имеют одно или несколько общих названий и общие элементы культуры, обладают мифом (версией) об общем происхождении и тем самым обладают общей исторической памятью, могут ассоциировать себя с особой географической территорией, а также демонстрировать чувство групповой солидарности

язык вражды или риторика ненависти

все виды высказываний, которые распространяют, разжигают, поддерживают или оправдывают расовую ненависть, ксенофобию, антисемитизм и другие формы ненависти, вызванные нетерпимостью, в том числе нетерпимостью, что проявляется в форме агрессивного национализма и этноцентризма, дискриминации меньшинств и враждебного отношения к ним, а также иммигрантов и лиц, по своему происхождению относящихся к иммигрантам.

(Рекомендации Комитета министров Совета Европы № 97 (20))

Дополнительные материалы

1) **Вопросы миграции и беженцев: роль СМИ в уеплении толерантности и борьбе с ксенофобией,** адаптированное пособие для журналистов, работающих в печатных и электронных средствах массовой информации, Центр Современных Информационных Технологий и Визуальных Искусств, 2003

2) **Воспитание культуры толерантности в СМИ,** П. Гутионов, Н. Ажгихина, Москва, «Эслан», 2007

3) **Гендерный ликбез**, ресурсный пакет, Е. Минченя, О. Сасункевич, Беларусский дом прав человека, 2013

4) **Как избежать использования языка вражды в отношении лесбиянок, геев, бисексуалов и трансгендеров,** руководство для журналистов, Московская хельсинская группа, Москва, 2013

5) **Как корректно писать о геях, лесбиянках, бисексуалах и трансгендерах,** брошюра для журналистов, Международный правозащитный ЛГБИ-кинофестиваль «Бок о Бок», Санкт-Петербург, 2013

6) **На пути к социально ответственным СМИ: преодоление «языка вражды» и развитие гражданских медиа**. Пособие для журналистов и общественных активистов, Центр «Интеграция и развитие», Симферополь, 2011

7) **Пол/гендер**, справочное пособие для журналистов, Европейский гуманитарный университет, Минск, 2003

8) **Прикладная конфликтология для журналистов**, Центр экстремальной журналистики, 2006

9) **Психология национальной нетерпимости.** Хрестоматия, Ю. Чернявская, Минск, «Харвест», 1998

10) Учебное пособие по гендерно-этической журналистике, Всемирная ассоциация христианских коммуникаций и Международная федерация журналистов, 2012
книга 1, **книга 2**

11) **Язык вражды в СМИ, правовые и этические стандарты**, Центр защиты прав СМИ, 2011

12) **Язык вражды против общества**, Информационно-аналитический центр «Сова», 2007

Авторский коллектив

Игорь Савин, этнолог, социальный антрополог, кандидат исторических наук, сотрудник Центра изучения Центральной Азии, Кавказа и Урало-Поволжья Института Востоковедения РАН

Инна Терещенко, профессиональный посредник в переговорах, тренер, кандидат философских наук, доцент кафедры политологии Института социальных наук ОНУ им. Мечникова, председатель Совета Одесской Областной Группы Медиации

Алексей Морозли, магистр политических наук, эксперт Информационно-исследовательского центра «Интеграция и развитие» по проблемам ксенофобии и «языка вражды»

Полина Степаненко, правозащитница, писательница, сценарист, магистр политических наук

Андрусь Кликунов, журналист, член Совета Беларусской ассоциации журналистов

Виолетта Ермакова, магистр политических наук, журналист